



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Goya, S. (2013). Advertising on Social Media.
- Hidayat, A. A. (2018, 12 15). *2019, Belanja Iklan di Media Digital Naik Lebih dari 20 Persen*. Dipetik November 1, 2019, dari bisnis.tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1155559/2019-belanja-iklan-di-media-digital-naik-lebih-dari-20-persen/full&view=ok>
- Inko Sukses Jaya. (2011). *PT Inko Sukses Jaya*. Dipetik November 8, 2019, dari Inkosuksesjaya.com: <http://www.inkosuksesjaya.com/index.html>
- Nistanto, R. K. (2013, November 12). *Tekno Kompas - Read*. Dipetik November 8, 2019, dari www.tekno.kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2013/12/11/1251314/Riset.Instagram.Tempat.Beriklan.Paling.Efektif>
- P. K., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. New York: Pearson.
- Thoyibie, L. (2010). *Psikologi Social Media*. Dipetik November 2019, 8, dari Komunikasi indonesia: . <http://komunikasi-indonesia.org>.
- Websindo. (2019, January 2019). *Liputan Khusus Internet 2019*. Dipetik November 1, 2019, dari websindo.com: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensi Citra Merk dalam Perspektif Komunikasi Merk. *Jurnal Komunikasi*.